

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan yang beriklim tropis, yang kaya akan kekayaan alam yang indah dan keanekaragaman jenis flora dan fauna yang terdapat di dalamnya. Sejak adanya pergerakan Visit Indonesia 2008 yang mulai digalakkan oleh pemerintah dalam rangka memajukan sektor pariwisata di Indonesia, maka semakin dibutuhkan pembaharuan pada banyak tempat-tempat wisata di Indonesia agar dapat masuk dalam standar yang lebih baik lagi.

Kini di Indonesia, telah banyak bermunculan tempat-tempat hiburan dan wisata baru yang lebih modern, khususnya di kota-kota besar seperti Mall, Dunia Fantasi, Waterbom Cikarang, dan masih banyak lagi. Hal ini dikarenakan oleh kebutuhan untuk mengistirahatkan diri bagi para penduduk kota Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) dan sekitarnya yang kegiatan sehari-harinya penuh dengan kesibukan yang melelahkan. Biasanya, pada akhir pekan (*weekend*) orang-orang ini ingin pergi berwisata ke suatu tempat untuk menghilangkan rasa penat akibat pekerjaan mereka.

Namun diantaranya, hanya sedikit yang menyajikan tempat hiburan dengan konsep wisata alam yang seharusnya menjadi suatu kebanggaan Indonesia yang masih kaya dengan alamnya yang indah. Kemajuan jaman yang semakin berkembang dengan pesat menyebabkan banyak generasi muda yang telah terpengaruh oleh pengetahuan teknologi, sehingga mereka telah melupakan bahwa masih banyak pengetahuan alam yang juga tidak kalah menarik yang dapat dipelajari dari tempat-tempat wisata alam. Salah satu wisata alam yang

dapat menjadi pilihan untuk berwisata alam terdapat di Cileungsi, Jawa Barat yaitu Taman Wisata Mekarsari.

Taman Wisata Mekarsari, yang dulunya bernama Taman Buah Mekarsari pertama kali dibangun pada tahun 1990. Taman ini dirancang untuk menjadi taman buah yang terbesar di Indonesia, bahkan di Asia. Dengan luas sekitar 264 hektar, sangatlah pantas kalau mendiang Ibu Tien Soeharto menjadikan taman buah ini sebagai *pilot project* yang terluas di wilayah Asia. Sejak diresmikan pada tahun 1995, Taman Buah Mekarsari menjadi salah satu primadona wisata alam di Indonesia.

Namun sejak Ibu Tien Soeharto meninggal dunia pada tahun 1997 dan kemudian disusul dengan turunnya jabatan Bapak Soeharto sebagai Presiden Indonesia, popularitas dan kualitas taman buah inipun turut yang dikarenakan sistem pengelolaan taman buah yang dirasa kurang optimal.

Adapun konsep awal dari Taman Buah Mekarsari adalah tempat penelitian dan contoh pembibitan tanaman buah yang ada di seluruh Indonesia, bahkan dunia. Namun persepsi yang berkembang di masyarakat hingga saat ini adalah Taman Buah Mekarsari merupakan sebuah taman dan juga sebuah kebun produksi yang menghasilkan buah-buahan dan para pengunjung dapat membeli buah-buah tersebut ditempat.

Dengan konsep tempat pembibitan dan penelitian serta hanya adanya kegiatan berkeliling taman buah tanpa adanya variasi, ternyata menimbulkan kurangnya ketertarikan para pengunjung untuk datang dan berwisata ke tempat ini. Oleh karena itu, sejak dikelola oleh PT. Mekar Unggul Sari, dibuatlah konsep baru dan namanya kemudian diubah menjadi Taman Wisata Mekarsari.

Dengan konsep baru yang dikembangkan oleh PT. Mekar Unggul Sari yaitu *Rekreasi Dikelilingi Kebun Buah Tropis Yang Menakjubkan*, Taman Wisata Mekarsari diubah menjadi sebuah taman wisata yang lengkap dengan pilihan hiburan dan permainan untuk seluruh keluarga.

Namun hal inipun belum cukup untuk membuat Taman Wisata Mekarsari untuk dapat menjadi sebuah wisata pilihan bagi warga negara Indonesia. Masih diperlukannya suatu cara untuk memperbaiki citra, mengangkat kembali dan memperkenalkan kepada warga negara Indonesia bahwa ada sebuah taman wisata alam yang bernama Taman Wisata Mekarsari yang merupakan sebuah wisata alam edukasi yang menjadi pilihan dari warga Indonesia hingga wisatawan-wisatawan domestik maupun mancanegara, untuk dapat melestarikan wisata edukasi alam, yaitu berwisata sekaligus belajar di alam yang semakin sulit ditemui saat ini. Hal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan *re-branding* untuk Taman Wisata Mekarsari dengan *target market* keluarga sebagai sarana paling tepat dan potensial untuk dijangkau.

Pada pelaksanaannya, dalam Taman Wisata Mekarsari terkandung konsep *edutainment (education dan entertainment)*. Hal ini sangatlah baik mengingat *edutainment* adalah sebuah model dari media pembelajaran yang menghibur dan menyenangkan bagi anak-anak. Selain itu, *edutainment* juga dipercaya sebagai salah satu bentuk media pembelajaran baru yang dipenuhi nuansa menyenangkan dan mudah dicerna oleh penontonnya. Media ini sangat relevan untuk dikembangkan di tengah gencarnya upaya pemerintah mensukseskan pemberlakuan kurikulum berbasis kompetensi. Sebagai media pendidikan yang bernuansa menghibur, perannya yang tidak hanya membantu tenaga pengajar

tetapi juga membantu siswa/mahasiswa belajar mandiri dapat terealisasi dengan baik. Hal ini dapat terlihat dari wahana-wahana di Taman Wisata Mekarsari yang membiarkan anak-anak untuk melihat cara penanaman padi, belajar cara memetik buah, belajar cara menanam tanaman, dan lain sebagainya.

Setiap perusahaan pasti memiliki nilai-nilai, baik yang tertuang dalam visi, misi maupun budaya dari perusahaan itu sendiri. Dalam hal ini, visi, misi maupun konsep dari Taman Wisata Mekarsari. Nilai-nilai inilah yang menjadi salah satu masukan/komponen bagi Taman Wisata Mekarsari dalam penciptaan nama, logo, kemasan dan berbagai simbol (visualisasi) dari *brand* Taman Wisata Mekarsari sendiri.

Namun pada kenyataannya, Taman Wisata Mekarsari masih belum memiliki nilai-nilai yang cukup kuat untuk dapat membuatnya eksis di dunia wisata Indonesia. Hal inilah yang dirasa perlu untuk ditangani lebih lanjut, sehingga pada akhirnya Taman Wisata Mekarsari memiliki hati di antara warga negara Indonesia, dan tidak menutup kemungkinan pula pada para wisatawan mancanegara.

Maka dari itu, Penulis mengangkat topik '*Wisata Alam Edutainment*', dalam hal ini dalam *re-branding* dan promosi Taman Wisata Mekarsari, sebagai topik Tugas Akhir dalam rangka untuk memajukan kembali wisata alam Indonesia sebagai salah satu pilihan untuk tempat hiburan keluarga, dengan menyatukan edukasi dan entertainment menjadi satu melalui pengetahuan buah-buahan sebagai satu wahana yang juga tidak kalah menarik dengan banyak tempat hiburan berbasis teknologi yang mutakhir yang telah banyak dijumpai di banyak tempat di Indonesia.

## 1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

### 1.2.1 Permasalahan

Dengan adanya latar belakang di atas maka dapat dikemukakan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana caranya menjadikan Taman Wisata Mekarsari sebagai sebuah wisata alam edukasi favorit bagi keluarga Indonesia.
2. Bagaimana caranya membuat calon pengunjung mengerti dan tertarik untuk datang mengunjungi Taman Wisata Mekarsari pada waktu liburan mereka.
3. Bagaimana *me-maintain* minat pengunjung agar merencanakan kunjungan wisata ke Taman Wisata Mekarsari.

### 1.2.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup perancangan dapat dikategorikan menjadi lima (5) bagian seperti berikut ini :

1. Proses *Re-branding*

Proses ini adalah bagaimana menciptakan dan memvisualisasikan identitas dan citra baru dari desain Taman Wisata Mekarsari yang sudah ada sebelumnya.

Proses ini meliputi :

- a. Membuat logo baru.
- b. Penerapan logo pada *corporate identity*.
- c. Aplikasi pada *sign system*.

## 2. Proses Promosi

Proses promosi Taman Wisata Mekarsari meliputi :

- a. Promosi dari dalam seperti seragam pegawai, trem, tiket masuk, gantungan kunci, shopping bag hingga kemasan.
- b. Promosi dari luar seperti umbul-umbul dan iklan koran.

## 3. Area

Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi).

## 4. Waktu

Dimulai dari pertengahan bulan November 2009, mengingat pada bulan Desember merupakan musim panen yang ramai di Taman Wisata Mekarsari, sehingga disebut sering juga disebut sebagai bulannya buah. Adapun buah yang siap dipanen seperti : melon, salak, nanas, manggis, dan masih banyak lagi. Hal ini dilakukan agar promosi juga dapat sekaligus dilakukan untuk persiapan mendekati bulan Desember yang penuh dengan buah agar calon pengunjung dapat tertarik untuk datang ke Taman Wisata Mekarsari.

## 5. Sasaran

Keluarga yang memiliki anak-anak dengan status ekonomi golongan menengah.

Batasan yang baku akan strata sosial masyarakat belum ada yang mutlak. Untuk gambaran secara umum ciri-ciri kelompok ini adalah :

- berpenghasilan antara Rp 10.000.000,- hingga Rp 30.000.000,- per tahunnya.
- memiliki jumlah anggota keluarga/tanggungannya 4-5 orang.

### **1.3 Tujuan Perancangan**

Tujuan perancangan dari *re-branding* dan promosi Taman Wisata Mekarsari adalah sebagai berikut :

1. Mengubah citra Taman Wisata Mekarsari (dalam hal ini dengan memvisualisasikan *re-branding*) sebagai sebuah wisata alam edukasi yang menarik bagi warga Indonesia hingga wisatawan mancanegara.
2. Membuat promosi sebagai kelanjutan dari visualisasi *re-branding* agar lebih mendapatkan perhatian dari masyarakat dan para calon pengunjung.
3. Mempromosikan visualisasi dari *re-branding* Taman Wisata Mekarsari yang baru sebagai satu-satunya taman buah dengan konsep *edutainment* terbesar di Asia.

### **1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **1.4.1 Observasi langsung**

Observasi langsung adalah penelitian dengan cara pengambilan data di lapangan dan melihat secara langsung keadaan yang sesungguhnya. Dalam hal ini penelitian yang dilakukan adalah mengunjungi Taman Wisata Mekarsari dan memperhatikan langsung di lapangan.

#### **1.4.2 Wawancara**

Wawancara adalah dialog yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan, dengan secara langsung mengumpulkan data dengan cara bertanya dengan para narasumber secara terstruktur namun juga fleksibel. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan Kepala Bagian *Public Relation* Taman Wisata Mekarsari.

#### **1.4.3 Foto**

Foto digunakan sebagai pembanding yang berguna untuk meletakkan contoh dari hasil yang diciptakan kemudian. Adapun foto pembanding dilihat dari dua sisi yaitu sisi taman buah dan sisi wahana alam *edutainment* bagi anak-anak.

#### **1.4.4 Studi Banding**

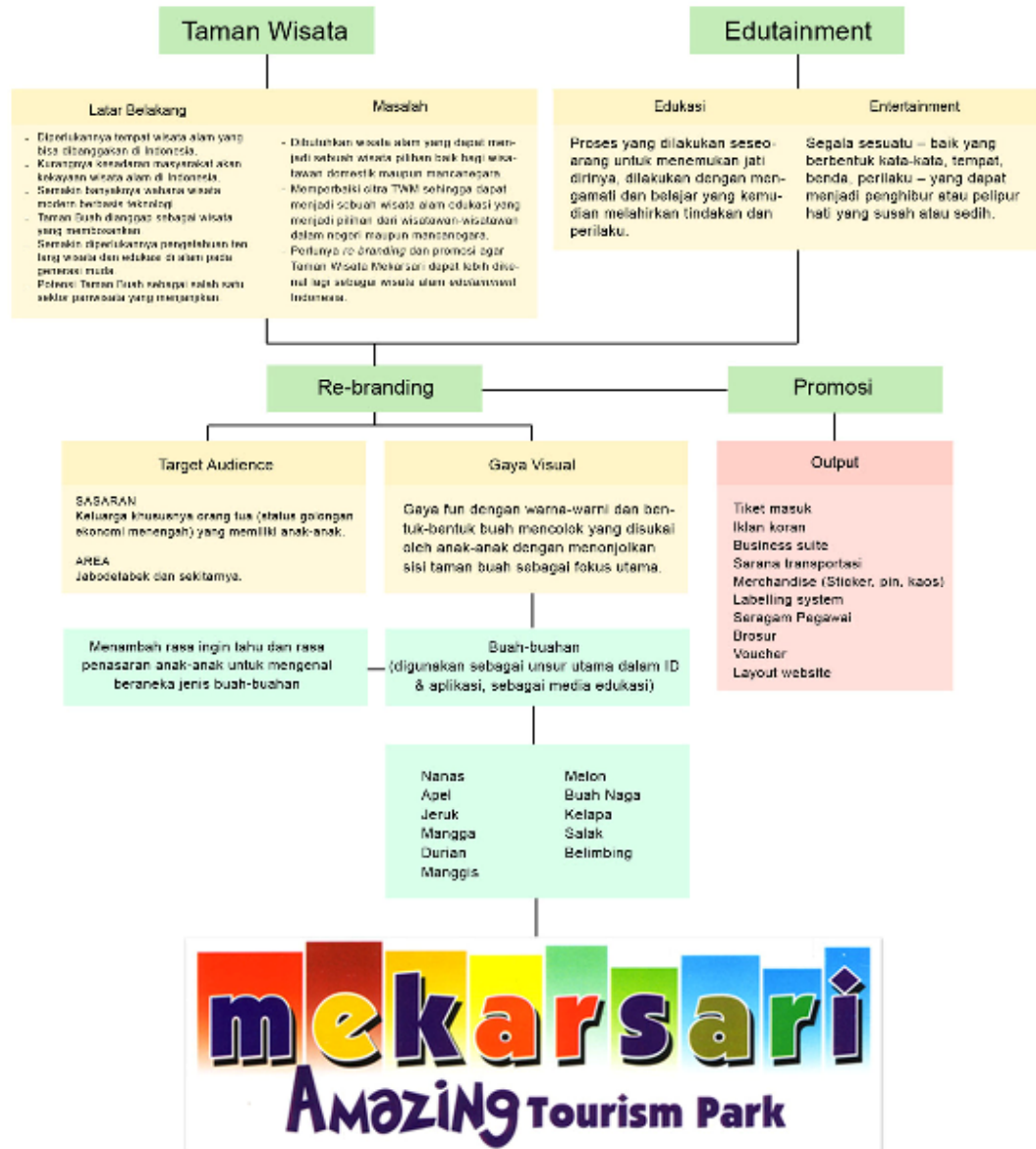
Studi banding yang dilakukan adalah dengan mempelajari wahana yang sejenis di Indonesia sebagai perbandingan. Dalam hal ini Taman Wisata Mekarsari akan dibandingkan dengan Taman Safari dan The Jungle yang merupakan sesama wahana alam *edutainment* bagi anak-anak.

#### **1.4.5 Studi Pustaka**

Studi pustaka merupakan pengumpulan data dari berbagai literatur yang ada dan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Adapun informasi yang diperoleh didapat dari berbagai media, baik cetak maupun elektronik.



## 1.5 Skema Perancangan



Gambar 1 : Mind Mapping